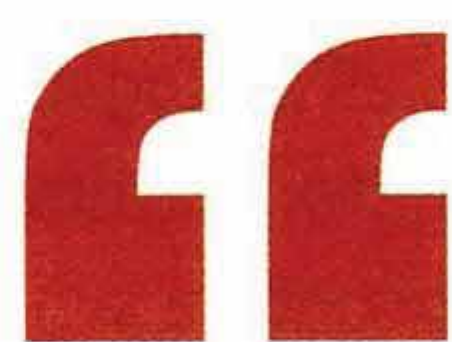




EMMA SALERNO, RESPONSABILE MARKETING E COMUNICAZIONE  
DI CHLORIDE ITALIA



### Chloride Italia

Emma Salerno, responsabile  
marketing e comunicazione

#### *Assistenza e formazione, fiori all'occhiello*

“Il 2008 è stato per Chloride un anno positivo, soprattutto grazie ai risultati dei primi mesi che hanno permesso di compensare la difficile situazione dell'ultimo trimestre.

Il 2009 sarà un anno impegnativo che richiederà determinazione e tenacia e che, come spesso

accade nelle situazioni complesse, ci stimolerà a rendere ancora più solida la nostra realtà. Siamo fiduciosi che la congiuntura economica del 2009 possa contribuire a evidenziare i nostri punti di forza e ci incoraggi a proporre offerte e sviluppare soluzioni che i nostri clienti sapranno apprezzare.

Crediamo e ci auguriamo che non rallentino gli investimenti in settori importanti come la sanità, l'industria, i data center. Proprio a questi settori Chloride dedicherà particolare attenzione grazie a un nuovo ciclo di conferenze, gli E3-DAY, che si svolgeranno in 4 importanti città italiane e si focalizzeranno sui temi dell'energia, efficienza ed eco-sostenibilità in relazione agli impianti di power protection.

L'assistenza pre e post-vendita e la formazione tecnica sono tra i fiori all'occhiello dell'offerta Chloride. Dal 1998 opera la divisione Csc, Chloride Support & Consulting, che fornisce consulenza progettuale su impianti elettrici che includono il gruppo di continuità e di cui beneficiano studi di ingegneria, installatori, uffici tecnici di aziende, distributori e tutti i partner Chloride. Il nostro supporto si concretizza nella disponibilità di un numero verde, un'area web dedicata, incontri formativi ad hoc presso i clienti o la nostra sede, convegni e seminari nelle principali città italiane, una rivista tecnica trimestrale (Csc Paper), newsletter periodiche e aggiornamenti normativi.

Oggi le informazioni sono a disposizione di tutti, ma quanti possiedono il know-how necessario per fare le scelte corrette nell'ambito dell'energia elettrica?

La comunicazione sulle opportunità e le soluzioni tra cui l'utente può scegliere è vitale e noi abbiamo scelto di comunicare informando. Non ci interessa fare pubblicità ad ogni costo e partecipare a tutti gli eventi del settore, piuttosto siamo abituati a selezionare attentamente e a scegliere accuratamente cosa, come, quando e dove “far sentire la nostra voce”.

Da questa inclinazione derivano le nostre azioni di comunicazione, sempre di alto profilo (come, ad esempio, dimostra il recente convegno di Milano patrocinato, tra gli altri, dal Ministero dello sviluppo economico) e sempre rivolte a professionisti e target seri e qualificati”.